

El uso de herramientas Social Media en hoteles europeos: Principales retos, oportunidades y dificultades

Aurora Garrido-Moreno

Universidad de Málaga
Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo
Campus de Teatinos (Ampliación)
29071 Málaga (Spain)
Teléfono: 951952011
e-mail: agarridom@uma.es

Nigel Lockett

University of Leeds
23 Lyddon Terrace
LS2 9JT Leeds (UK)
Email: n.lockett@leeds.ac.uk

RESUMEN

El desarrollo y popularización de herramientas de Social Media (redes sociales, blogs, microblogs, foros...) ha constituido una de las innovaciones más relevantes en los últimos años y ha ejercido un tremendo impacto en la industria hotelera. A pesar de los múltiples beneficios que el uso de dichas herramientas puede ofrecer a los hoteles, transformando la forma en que se relacionan con sus clientes y abriendo una multitud de nuevas posibilidades, su implementación implica también numerosas dificultades y desafíos. Teniendo en cuenta que el uso de Social Media es cada vez más popular, resulta crítico conocer y comprender cómo los hoteles pueden utilizar dichas herramientas de manera estratégica para reinventar sus relaciones con clientes. El presente estudio analiza la temática siguiendo una metodología mixta, combinando datos de carácter cuantitativos y cualitativo obtenidos de una muestra de 312 hoteles europeos. Los resultados obtenidos indican que tanto las plataformas que incluyen comentarios y opiniones de clientes (Ej: Tripadvisor) como las redes sociales mostraron ser las herramientas más utilizadas en los hoteles analizados. Asimismo, las principales ventajas y dificultades que surgieron con su uso fueron analizadas y ampliamente discutidas.